

FORMATIONS RC

Proximité et disponibilité
Notre équipe intervient partout en France

Pour rendre facile votre accès à la formation, échangeons !

☎ 03 21 01 36 12

✉ contact@essentielformation.com



Un levier incontournable dont
vous ne pourrez plus vous passer.

20 ANS
2002
2022
ESSENTIEL FORMATION

- **Depuis 2002**

Spécialiste à 100% de la formation
dans les métiers HCR

- Plus de 2900 clients actuels
+ de 6600 participants
+ de 46200 heures de formations

★★★★★ En 2021
98 % de satisfaction

- **Et en bonus,**
Gagnez du temps
Confiez-nous l'administratif !

DEVELOPPER SES VENTES AVEC LES RESEAUX SOCIAUX

2 jours, soit 14 heures

Toujours proche de vous OU chez vous !

Vous souhaitez un financement ?

Pour connaître votre éligibilité, contactez-nous !



Public

Salariés et dirigeants des entreprises
du secteur Restauration Collective.

Nos formations sont ouvertes à toutes et à
tous. Si vous êtes en situation de handicap
ou dans une situation nécessitant une
adaptation, consultez nous.



Prestataire formateur

Experts, hommes et femmes de terrain,
en parfaite adéquation avec votre réalité
professionnelle

Retrouvez vos programmes sur : www.essentielformation.com/programmes-RC

“

**Comment avons-nous pu nous passer de ces
connaissances... 6 mois de gagnés dans nos pratiques !**

”



NIVEAU DE CONNAISSANCES PRÉALABLES REQUIS

Un document intitulé « attentes individuelles » est envoyé à l'attention du prescripteur et transmis au bénéficiaire. Ce document complété par le bénéficiaire est à nous retourner par mail avant le début de la formation.

L'objectif est de nous assurer du positionnement du bénéficiaire et ainsi vérifier que ses attentes sont en adéquation avec le programme de la formation souhaitée.



MOYENS PÉDAGOGIQUES, TECHNIQUES ET D'ÉVALUATION

L'action de formation se déroulera en **visioconférence** ou en **présentiel** (en fonction du thème et du choix des bénéficiaires).

- Pour les personnes suivant la formation en visioconférence, elles pourront se connecter via l'outil ZOOM et rejoindre le groupe à partir de la convocation qu'elles auront préalablement reçue par courriel comportant les références de la session de formation. Cette convocation sera accompagnée du programme pédagogique.
- La formation en **présentiel** se déroulera dans une salle équipée d'un paperboard, et si nécessaire d'un vidéoprojecteur, afin de pouvoir aisément garantir un bon déroulement de la formation du point de vue pédagogique et technique. Le prestataire formateur remettra dès l'ouverture de la journée le support pédagogique qui permettra à chaque bénéficiaire de suivre le déroulement de l'action de formation.

Une feuille d'émargement individuelle sera conjointement signée par le formateur prestataire et chaque bénéficiaire, pour chaque demi-journée de formation, permettant d'attester de l'exécution de l'action de formation.



OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES ET OPÉRATIONNELS

- **Savoir élaborer** une stratégie de communication digitale.
- **Intégrer** les médias sociaux dans sa stratégie de communication.
- **Acquérir** les leviers pour réussir : événements, publicités, liens avec blogs et communication de crise sur les médias sociaux.
- **Améliorer** l'expérience client et renforcer l'engagement.
- **Garantir** la satisfaction du client connecté
- **Être capable** de se définir une stratégie sur les réseaux. Quel est son objectif ? Quel message je veux faire passer ? Combien de temps je vais y consacrer ?
- **Être capable** de raconter une histoire sur sa marque et ne pas faire que vendre.
- **Mettre à jour** son profil pour que le client type est toutes les informations nécessaire (ce que vous faites, ce que vous proposez). Étudier différents profils pour repérer ce qui est bon et pas bon.
- **Trouver** des sujets à raconter (les coulisses, les produits...) Établir sa stratégie éditoriale. Rechercher les bons « # » pour être augmenter sa visibilité. Utiliser intelligemment tous les supports (stories, Réels..) pour communiquer et faire décoller son audience. Faire participer sa communauté en leur posant une question
- **Écrire** une publication aérer avec des émoticônes,
- **Prendre** des photos de qualités avec un portable.
- **Être capable** d'utiliser les outils de publicité d'Instagram et de Facebook pour accroître sa communauté
- **Créer** un jeux concours (lot, thématique, tirage au sort) pour augmenter sa communauté
- **Étudier** toutes les fonctions des statistiques pour comprendre ce qui a fonctionné dans un post afin de l'améliorer (publier aux heures où la communauté est active sur le réseau).
- **Programmer** des publications Instagram ou Facebook en utilisant les outils de Facebook
- **Créer** des visuels avec Canva (formats de visuels déjà paramétrer)





PROGRAMME PÉDAGOGIQUE

1^{er} Jour

1 - Élaborer sa stratégie de communication digitale – 1h30

- Évaluer la e-réputation de l'entreprise et écouter les communautés.
- Bâtir un plan de communication : quels médias et réseaux sociaux pour quels objectifs ?
- Choisir le ton de sa communication.
- Comprendre les différents usages des médias sociaux

2 - Panorama des réseaux et médias sociaux – 2h00

- Point sur l'évolution des différents médias sociaux : Facebook ; Twitter ; LinkedIn ; Instagram ; Snapchat ; YouTube...
- Augmenter la visibilité de votre événement grâce aux médias sociaux.
- Créer un dispositif omnicanal pour valoriser un événement.
- Utiliser les événements pour produire du contenu.

3 - Identifier les opportunités publicitaires – 1h30

- Mesurer les actions de communication digitale
- Repérer et communiquer avec les blogueurs influents
- Gérer la communication de crise en ligne

4 - Élaborer une stratégie digitale – 1h30

- Les stratégies de transformation digitale.
- Situer le degré de maturité digitale de son entreprise.
- Repenser son Business Model à l'heure du digital.

2^{ème} Jour

5 - Digitaliser le management et l'organisation – 1h30

- Le nouveau rôle des managers.
- La gouvernance digitale.
- Digitaliser l'état d'esprit de l'entreprise.

6 - L'impact du digital pour les clients – 1h30

- La fin des 4 P : un marketing plus relationnel et émotionnel.
- L'impact du digital sur le parcours client et les points de contact.

7 - Le diagnostic de l'expérience client – 1h30

- Les choix de stratégies en termes d'expérience client.
- Les différences avec la relation client.
- Construire une expérience client numérique

8 - Les composants de l'expérience client – 1h30

- Compréhension des émotions et des besoins du client pour générer l'engagement.
- E-mailing ; téléphone ; app mobile ; magasin connecté ; e-merchandising ; medias sociaux...

9 - Construire une nouvelle expérience client – 1h30

- Les scénarios relationnels.
- Les parcours clients et les points critiques.
- L'enrichissement de la fiche client.



MOYENS D'ENCADREMENT

L'encadrement des bénéficiaires sera assuré par la direction d'ESSENTIEL et/ou par le prestataire formateur. Le bénéficiaire pourra de 9 h 30 à 17 h 30, du lundi au vendredi, contacter ESSENTIEL Formation, et plus précisément dès 8h30, Orlane Nicolas-Mercher pour toute question pédagogique :

06 88 84 26 14 orlanemercher@essentielformation.com



MODALITÉS DE DÉROULEMENT

L'action de formation débutera par une présentation du formateur et de chacun des bénéficiaires afin de permettre une adaptation optimale du processus pédagogique prévu par le prestataire formateur au public présent. Elle se déroulera dans le respect du programme de formation qui aura été préalablement tenu à la disposition ou remis aux bénéficiaires, et ce, suivant une alternance d'exposés théoriques et de cas pratiques.

Le prestataire formateur veillera à ce que chaque bénéficiaire puisse poser ses questions afin de faciliter le transfert de connaissances. Un tchat sera mis à la disposition des bénéficiaires suivant la formation en visioconférence afin que ceux-ci puissent manifester leur volonté d'intervenir. La parole leur sera alors donnée.

« Toujours proche de vous OU chez vous ! »



SANCTION DE LA FORMATION

Afin de permettre d'évaluer les compétences acquises par chaque bénéficiaire, il sera demandé à chacun, à l'issue de la journée de formation, de se soumettre à une dizaine de questions.



ORGANISATIONS ET TARIFS

Horaires de formation : 14h : 8h45 – 12 h30 / 13h30 – 17 h15.
Déduction faite des deux pauses de ¼ heure de 10 h 30 à 10 h 45 et de 15 h 30 à 15 h 45.

Formation en INTER (regroupant différentes entreprises)
300 euros nets de taxes par personne pour chaque journée de formation.

Formation en INTRA (Chez vous, rien que pour votre équipe)
pour un groupe entre 2 à 10 personnes. 1400 euros nets de taxes par jour par groupe.

Vous souhaitez un financement ?
Pour connaître votre éligibilité, contactez-nous !

Proximité et disponibilité.
Notre équipe intervient partout en France.

Pour rendre facile votre accès à la formation, échangeons !

03 21 01 36 12

contact@essentielformation.com

www.essentielformation.com

